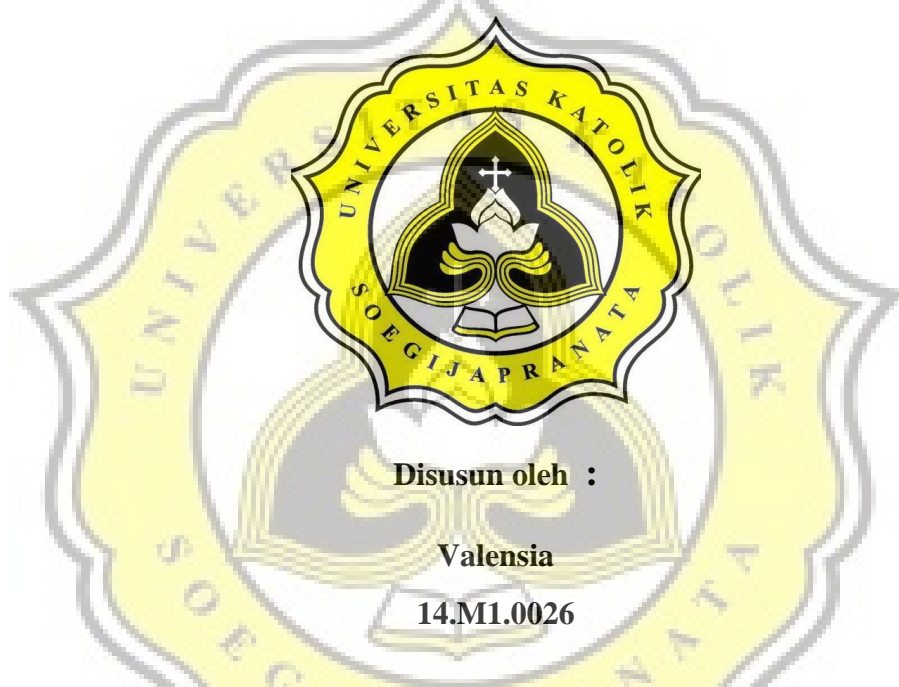


**PROSES KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI “WORD OF MOUTH
(WOM)” : STUDI KASUS KONSUMEN LA’DIVES PHOTO AND DESIGN**

Diajukan kepada Fakultas Hukum dan Komunikasi guna memenuhi salah satu syarat
untuk memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Komunikasi



Disusun oleh :

Valensia

14.M1.0026

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2018

HALAMAN PERSETUJUAN

**PROSES KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI “WORD OF MOUTH
(WOM)”: STUDI KASUS KONSUMEN LA'DIVES PHOTO AND DESIGN**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Strata 1 pada
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Hukum dan Komunikasi
Universitas Katolik Soegijapranata

Disusun oleh:

VALENSIA

14.M1.0026

Semarang, 12 April 2018

Disetujui oleh:

Dosen Pembimbing Pertama

Dosen Pembimbing Kedua



DRS. H. HERMAWAN PANCASIWI, BA. MSI

A black ink signature of Abraham Wahyu Nugroho.

ABRAHAM WAHYU NUGROHO, S.IKOM. MA

PENGESAHAN

Skripsi disusun oleh:

MAHASISWA : VALENSIA
NIM : 14.M1.0026


Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal : 12 April 2018

Dosen Penguji :

1. DRS. H. HERMAWAN PANCASIWI, BA. MSI. (.....)
2. ABRAHAM WAHYU NUGROHO, S.I.KOM. MA (.....)
3. ROTUMIAR PASARIBU, SS., M.I.KOM (.....)

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 Ilmu Komunikasi

Pada tanggal :
12 April 2018


Dr. Marcella Elwina Simandjuntak, SH. CN. M.Hum
Dekan Fakultas Hukum dan Komunikasi
Universitas Katolik Soegijapranata
SEMARANG

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi dengan judul:

PROSES KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI “WORD OF MOUTH

(WOM)” : STUDI KASUS KONSUMEN LA’DIVES PHOTO AND DESIGN

Ini tidak memuat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak memuat karya dan/atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dipergunakan sebagai acuan dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata terbukti bahwa skripsi ini sebagian atau keseluruhannya merupakan hasil plagiasi, maka saya bertanggungjawab dan bersedia untuk dibatalkan dengan segala akibat hukumnya sesuai dengan peraturan yang berlaku pada Universitas Katolik Soegijapranata dan/atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Semarang, 12 April 2018

(meterai Rp 6.000)



Valensia

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa telah melimpahkan rahmat dan berkat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “PROSES KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI “*WORD OF MOUTH* (WOM)”: STUDI KASUS KONSUMEN LA’DIVES PHOTO AND DESAIGN”.

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan kegiatan perkuliahan dan memperoleh gelar sarjana S1 pada program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Hukum dan Komunikasi, Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. Dalam proses penyusunan laporan skripsi banyak pihak yang telah membantu, oleh sebab itu tidak lupa penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada :

1. Bapak Drs. H. Hermawan Pancasiwi BA, Msi, selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Soegijapranata dan selaku dosen pembimbing pertama yang telah membantu mengarahkan dan memberikan ilmu.
2. Bapak Abraham Wahyu Nugroho, S.I.Kom. MA, selaku dosen pembimbing kedua yang telah membantu mengarahkan dan memberikan ilmu dalam menyusun skripsi ini.
3. Keluarga yang selalu mendoakan saya dan mendukung dalam seluruh rangkaian aktivitas penulisan hingga sampai terwujudnya penulisan skripsi ini.

4. Ervan Supriyanto, yang telah setia menemani selama proses pengumpulan data dan mendengarkan seluruh permasalahan yang penulis alami selama proses penyusunan laporan skripsi.
5. Teman baikku (Bunga, Natasha, Elva, Sasa dan Gladio) yang telah dengan sabar menjawab setiap pertanyaan penulis mengenai penyusunan skripsi.
6. Bapak Alvin dan Ibu Marsya yang telah membantu penulis dalam memperoleh setiap data skripsi yang diperlukan, hingga terwujudnya penulisan ini.
7. Seluruh informan yang telah mau meluangkan waktu dan memberikan bantuan dalam memperoleh informasi untuk menyusun skripsi ini.
8. Seluruh pihak yang terkait secara langsung maupun tidak langsung yang membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.

Penulis menyadari betul bahwa laporannya masih jauh dari kata sempurna, sehingga masukan dan kritikan sangat diharapkan oleh penulis demi menyempurnakan laporan ini. Semoga dengan adanya skripsi ini dapat bermanfaat bagi orang banyak.

Semarang, 5 April 2018

Valensia

ABSTRACT

This research was done to find out about how process that was owns by word of mouth in services selling. There was five customers and five potential customers who finally became the customers of la'Dives Photo and Design. As many as ten customers from la'Dives Photo and Design knew this brand from their family and friend.

Descriptive technique would be used in this research as the analysis technique to describe the word of mouth's process that happened. The activity word of mouth that occurred created a positive impact on the development of la'Dives Photo and Design services business.

The data collection for the research was done by doing interviews in many places like Paragon Mall and Citra Land Mall. Not every informant could be interviewed face to face, but they were interviewed by phone call. Interviewed was not the only way to collect the research data, but research also did some observations on the Instagram owned by la'Dives Photo and Design. And la'dives Photo and Design customers.

Word of mouth has a good development in the spreading of information. The development can be seen with the emergen of electronic word of mouth (e-WoM). The benefit of e-WoM is the ease of obtaining information without being limited by space and timeadvantages of eWoM is the ease of obtaining information without being limited by space and time.

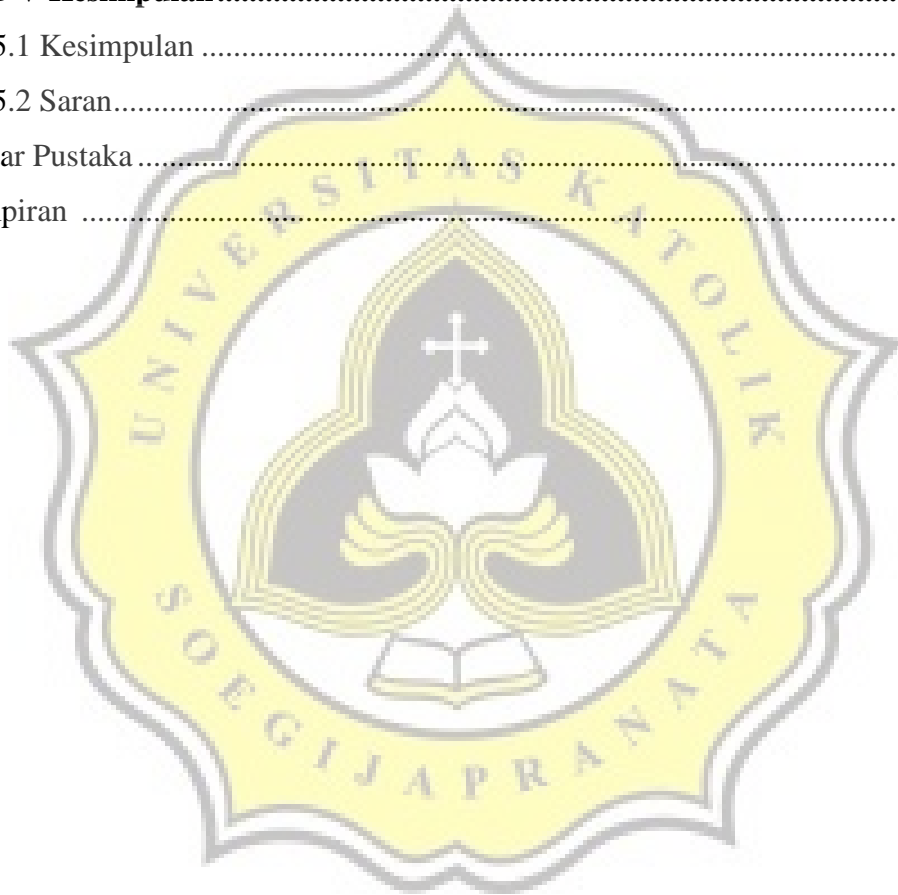
Keywords: Word of Mouth, Electronic Word of Mouth, Communication Interpersonal, and la'Dives Photo and Design Consumer.

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| Halam judul | i |
| Halam Persetujuan Pembimbing..... | ii |
| Halaman Pengesahan Skripsi | iii |
| Halama Pernyataan Keaslian Skripsi | iv |
| Kata Pengantar | v |
| Abstral..... | vii |
| Daftar Isi | viii |
| Daftar Tabel..... | ix |
| Daftar Gambar | x |
| Daftar Grafik..... | xi |
| Daftar Lampiran | xii |
| Bab I Pendahuluan..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah..... | 10 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 10 |
| 1.4 Kegunaan Penelitian..... | 10 |
| 1.5 Metodologi Penelitian | 11 |
| 1.6 Lokasi | 11 |
| 1.7 Tatakala Penulisan..... | 12 |
| 1.8 Sitem Penulisan Laporan Akhir | 13 |
| Bab II Tinjauan Pustaka | 15 |

| | |
|---|-----------|
| 2.1 Penelitian Terdahulu | 15 |
| 2.2 Peran Komunikasi Pemmasaran | 16 |
| 2.2.1 Bauran Komunikasi Pemasaran | 17 |
| 2.3 Komunikasi Interpersonal | 20 |
| 2.4 <i>Word of Mouth</i> (WoM) | 23 |
| 2.4.1 Kekuatan <i>Word of Mouth</i> (WoM) | 24 |
| 2.4.2 Proses <i>Word of Mouth</i> (WoM) | 26 |
| 2.4.3 Jenis <i>Word of Mouth</i> | 28 |
| 2.5 <i>Electronic Word of Mouth</i> (e-WoM) | 29 |
| Bab III Metode Penelitian | 31 |
| 3. 1 Pengertian Calon Konsumen yang dimaksud oleh Peneliti | 32 |
| 3. 2 Lokasi Penelitian | 33 |
| 3. 3 Subjek dan Objek Penelitian | 33 |
| 3. 4 Teknik Pengumpulan Data | 33 |
| 3. 5 Teknik Analisis Data | 35 |
| BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan | 38 |
| 4.1 La'dives Photo and Design | 38 |
| 4.2 Gambaran Interaksi Konsumen | 40 |
| 4.3 Model Komunikasi Interaktif dalam Peristiwa <i>Word of Mouth</i> (WoM) | 44 |
| 4.4 Komunikasi Interpersonal Konsumen la'Dives Photo and Design | 49 |
| 4.5 Proses <i>Electronic Word of Mouth</i> dan <i>Word of Mouth</i> Konsumen la'Dives Photo and Design | 53 |
| 4.6 Kekuatan dari <i>Word of Mouth</i> yang dilakukan oleh Konsumen la'Dives Photo and Design | 59 |
| 4.7 Proses <i>Word of Mouth</i> Konsumen la'Dives Photo and Design | 52 |
| 4.7.1 Pentingnya <i>Content</i> dari Konsumen | 65 |
| 4.7.2 Pentingnya Context dalam Berkomunikasi | 65 |

| | |
|--|-----------|
| 4.7.3 Peran dari Adanya Carrier..... | 67 |
| 4.8 Jenis-Kenis <i>Word of Mouth</i> | 67 |
| 4.9 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan..... | 69 |
| 4.10 Pengaruh Electronic Word of Mouth yang dirasakan oleh Calon Konsumen la'Dives Photo and Design | 70 |
| BAB V Kesimpulan | 73 |
| 5.1 Kesimpulan | 73 |
| 5.2 Saran..... | 73 |
| Daftar Pustaka | 74 |
| Lampiran | 75 |



DAFTAR TABLE

| | |
|------------------------------------|----|
| Tabel 1.1 Tatakala Penelitian..... | 12 |
|------------------------------------|----|



DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Model Komunikasi Dasar..... | 3 |
| Gambar 2.1 Model Komunikasi Intreaktif | 21 |
| Gambar 2.2 Proses <i>Word of Mouth</i> | 27 |
| Gambar 3.1 Analisis Data Interactive | 36 |
| Gambar 4.1 <i>Instagram</i> Melisa..... | 47 |
| Gambar 4.2 <i>Instagram</i> Melianiyenni | 47 |
| Gambar 4.3 <i>Instagram</i> La'dives | 52 |
| Gambar 4.4 <i>Instagram</i> Nikeoel..... | 56 |
| Gambar 4.5 <i>Instagram</i> Lakkerstory | 57 |
| Gambar 4.6 <i>Instagram</i> Nathanianurchandra | 58 |
| Gambar 4.7 <i>Instagram</i> La'dives | 62 |
| Gambar 4.8 <i>Instagram</i> La'dives | 66 |
| Gambar 4.9 <i>Instagram</i> La'dives | 71 |
| Gambar 4.10 <i>Instagram</i> La'dives | 72 |

DAFTAR GRAFIK

Gambar 1.2 Jumlah Konsumen La'dives Photo and Design Tahun 2014-2017.....8



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|------------|--------------------------------|
| Lampiran 1 | Transkrip Wawancara (Verbatim) |
| Lampiran 2 | Iklan di Media Sosial |

